

УДК 330:004

DOI: 10.36919/2312-7872.3.2024.16

Н. С. Прокопенко,

доктор економічних наук, професор

ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ

email: nprokopenko@gmail.com

ORCID: 0000-0001-6753-8831

Б. В. Казанцев,

здобувач третього рівня освіти

ПВНЗ «Європейський університет», м. Київ

E-mail: bodikazancev@gmail.com

ORCID: 0002-8849-1790

АДАПТАЦІЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДЕРЖАВНОГО СТИМУЛЮВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ДО ВІТЧИЗНЯНОЇ ПРАКТИКИ

Анотація. В статті обґрунтовано пропозиції щодо адаптації зарубіжного досвіду державного стимулювання малого і середнього бізнесу (далі — МСБ) в Україні до вітчизняної практики.

Доведено, що малий і середній бізнеси повинні мати можливість швидко й ефективно реагувати на міжнародні ринкові сигнали, щоб скористатися торговими та інвестиційними можливостями та перевагами міжнародної торгової системи за рахунок підвищення рівня конкурентоспроможності та продуктивності. Аргументовано, що для вирішення цього питання необхідні ефективні системи підтримки бізнесу та їх розвиток, що виступає ключовою умовою успіху як торговельного, так і інвестиційного потенціалу. Пропонується створення агентства підтримки бізнесу (включаючи фінансові установи), які орієнтовані на клієнта та мають продемонстровану здатність проникнути в сектор МСБ. Означено наступні рекомендації, а саме: впровадження заходів щодо підвищення спроможності фінансових установ формувати прибуткові програми кредитування МСБ, надаючи пріоритет розвитку інноваційних рішень щодо питань застави, таких як прийняття більш гнучких форм застави, особливо для МСБ з невеликою кількістю основних засобів; використання групових гарантій і схем кредитних гарантій для МСБ; більший акцент на грошових потоках, ніж на балансах в оцінці спроможності позик; прості та ефективні методології оцінки кредитних заявок; зміцнення системи підтримки бізнесу через посередницьку роль шляхом нароццування потенціалу бізнес-послуг, як державних, так і приватних (наприклад, надання інформації про ринок, продукти та процеси, бухгалтерський облік, аналіз і дослідження ринку, юридичні консультації, транспортування, експрес-доставка, реклама); розроблення національної стратегії розвитку та просування експорту під керівництвом відповідного міністерства, але яка передбачає участь усіх ключових зацікавлених сторін. Вказано, що загальною метою має бути збільшення обсягу та вартості експорту та кількості компаній-експортерів. Також наголошено, що стратегія має бути спрямована на задоволення потреб фірм на різних етапах розвитку експортного ринку. Він також має прагнути інтегрувати підтримку та просування експорту в добре розвинену та ефективну систему підтримки бізнесу. Поряд з цим, акцентовано увагу на створенні єдиного агентства сприяння експорту, яке можна було б поєднати з функцією прямих іноземних інвестицій.

Автори роблять висновок, що створення такого агентства має відокремити формування політики від її реалізації.

Ключові слова: державне стимулювання, малий і середній бізнес, агентство сприяння експорту, кредитні гарантії.

Постановка проблеми. Державне стимулювання малого і середнього бізнесу завжди мало велике значення для стимулювання експорту. Узагальнення проблематики відносин з бюджетом суб'єктів малого і середнього бізнесу за умов надзвичайного стану вказує на можливість адаптації зарубіжного досвіду державного стимулювання та пропозиції для України.

Аналіз останніх досліджень. Питанням державного стимулювання МСБ присвячено роботи таких науковців як: Бошинда І. М., Вдовенко Л. О., Вінницька О. А., Веселков Н. Л., Гейдор А. П., Гондарева І. В. Дегтярьов А. В. Дем'янчук О. І., Зайцева О. І., Іванов Ю. Б. [1–10] та багато інших.

Метою статті є обґрунтування адаптації зарубіжного досвіду до вітчизняної практики з питань державного стимулювання МСБ для сприяння експорту, залучення прямих іноземних інвестицій тощо.

Виклад основного матеріалу. Обговорюючи поточну ситуацію щодо політики сприяння економічному розвитку малих і середніх підприємств у регіоні Східної Азії, виявили, що відмінності між країнами такі ж великі, як і подібності в регіоні. Наприклад, політика таких країн, як Нова Зеландія та Корея, була спрямована на заохочення до експорту, тоді як політика таких країн, як Камбоджа, була спрямована на заохочення іноземних інвестицій у вітчизняні МСБ. Тим не менш, у державній політиці в регіоні були деякі важливі подібності. Уряди впроваджували політику, спрямовану на вирішення подібних проблем, з якими стикаються у кожній країні.

Незважаючи на те, що форма та виробнича орієнтація малих і середніх підприємств були різними в кожній країні, проблеми, з якими стикалися, часто були однакові. Ці проблеми включали доступ до фінансів і кредитів; навчання та розвиток людських ресурсів; доступ до технологій; допомога в дослідженнях і розробках; вплив державного регулювання (витрати на відповідність); вплив державних зобов'язань у СОТ (особливо для країн, що розвиваються); обмежена інформація про можливі ринки та клієнтів; слабкі сторони транспорту та інфраструктури; і вплив зовнішніх факторів, таких як ширший економічний клімат. Уряди намагалися вирішити ці проблеми в рамках жорстких національних бюджетів.

МСБ повинні мати можливість швидко й ефективно реагувати на міжнародні ринкові сигнали, щоб скористатися торговими та інвестиційними можливостями та скористатися перевагами міжнародної торгової системи. Це означає, що вони повинні бути конкурентоспроможними та продуктивними. Для підвищення конкурентоспроможності та продуктивності МСБ потрібні ефективні системи підтримки бізнесу. Розвиток ефективної системи підтримки підприємництва також є ключовою умовою успіху як торговельного, так і інвестиційного потенціалу. Для цього потрібні агентства підтримки бізнесу (включаючи фінансові установи), які орієнтовані на клієнта та мають продемонстровану здатність проникнути в сектор МСБ — Конкретні рекомендації включають:

- вжити заходів для підвищення спроможності фінансових установ будувати прибуткові програми кредитування МСБ, надаючи пріоритет розвитку інноваційних рішень щодо питань застави, таких як прийняття більш гнучких форм застави, особливо для МСБ з невеликою кількістю основних засобів; використання групових гарантій і схем кредитних гарантій для МСБ; більший акцент на грошових потоках, ніж на балансах в оцінці спроможності позик; прості та ефективні методології оцінки кредитних заявок;

- запровадити у практичне буття напрями удосконалення зміцнення системи підтримки бізнесу через посередницьку роль шляхом нарощування потенціалу бізнес-послуг, як державних, так і приватних (наприклад, надання інформації про ринок, продукти та процеси, бухгалтерський облік, аналіз і дослідження ринку, юридичні консультації, транспортування, експрес-доставка, реклама);

- розробити національну стратегію розвитку та просування експорту під керівництвом відповідного міністерства, але яка передбачає участь усіх ключових зацікавлених сторін. Загальною метою має бути збільшення обсягу та вартості експорту та кількості компаній-експортерів. Стратегія має бути спрямована на задоволення потреб фірм на різних етапах розвитку експортного ринку. Він також має прагнути інтегрувати підтримку та просування експорту в добре розвинену та ефективну систему підтримки бізнесу;

- створити єдине агентство сприяння експорту, яке можна було б поєднати з функцією ПП. Базуючись на передовій практиці в країнах з розвинутою ринковою економікою, створення такого агентства має відокремити формування політики від її реалізації.

Очевидно, що узгодженість політики та об'єднаний уряд країн з перехідною економікою та країн, що розвиваються, є важливими для успішної реалізації стратегій розвитку МСБ. Партнери з розвитку також повинні розуміти, що нарощування торговельного та інвестиційного потенціалу має йти пліч-о-пліч із доступом до ринку, і що покращена координація між донорами, більша увага до місцевих умов і подальше нарощування потенціалу з їхнього боку є будівельними блоками успіху, якщо світ буде планує прийняти нові підходи та винайти нові способи спільної роботи для підвищення конкурентоспроможності МСБ у країнах з перехідною економікою та країнах, що розвиваються.

Програми ЄС надають підтримку МСБ у багатьох країнах-членах через різні канали. У цьому розділі детально описано очікувану підтримку та зміни для МСБ у програмах ЄС на 2021–2027 рр. щодо тематичної спрямованості, обсягу, фінансових наслідків та очікуваного впливу на виклики МСБ. Різні інструменти та положення стосуються обмеженого доступу до фінансування, заохочують науково-дослідні роботи та інновації та спрямовані на покращення навичок і доступу до (міжнародного) ринку.

Аналіз включає пропозиції щодо ESIF та інших програм ЄС. У рамках ESIF основна увага приділяється Фонду згуртованості та ЄФРР, ESF+ і EMFF. Це доповнюється ЄСФРР, який наразі не включено до пропозиції Регламенту про загальні положення (CPR). Решта три фонди в рамках ESIF, а саме Фонд притулку та міграції, Фонд внутрішньої безпеки⁶⁶ та Інструмент управління кордонами та віз не включені в аналіз, оскільки вони не спрямовані на МСБ, навіть якщо «будь-яка юридична особа, створена відповідно до законодавства Союзу», відповідає вимогам. за цими коштами та інструментами [11].

Також до аналізу включено пропозиції ЄС щодо (1) Програми єдиного ринку, яка буде основною заміною COSME, (2) Програми Invest EU, яка поєднуватиме EFSI з періоду 2014–2020 років та втручання фінансових інструментів COSME та (3) Програма Horizon Europe як продовження Horizon 2020. Аналіз загалом показує, що запропонована нормативно-правова база на 2021–2027 рр. пропонує більше свободи для МСБ, щоб скористатися підтримкою ЄС. У новій багаторічній фінансовій програмі пропонується більше узгодити політичні пріоритети з програмами та фондами ЄС. Це передбачає деякі нові програми, але головним чином продовження існуючих програм із оновленим фокусом і зміною розподілу бюджету. ESIF та інші програми ЄС обговорюватимуться детально та окремо, оскільки роль МРВ у сприянні підтримці малого та середнього бізнесу в цих програмах різна. Залежно від конкретних ролей, МРВ мають більше можливостей для підтримки МСБ у програмах ESIF через систему спільного управління, оскільки іншими програмами ЄС централізовано керують на рівні ЄС.

ESI Funds мають давню традицію підтримки малого та середнього бізнесу та підприємництва. Це включає пріоритети та заходи, спрямовані безпосередньо на МСБ і розглядають їх як потенційних бенефіціарів. Обсяг підтримки МСБ відрізняється від фонду до фонду. Очікувана підтримка ESIF для МСБ, запропонована на 2021–2027 роки, порівнюється з підтримкою в 2014–2020 роках. За потреби це диференціюється за коштами ЄС.

Незважаючи на різні правила управління, що застосовуються до ESF+, включаючи не лише спільне управління, але пряме та непряме управління, така підтримка МСБ розглядається, оскільки більшість із них підпадає під спільне управління [11].

ESF+ під прямим і непрямым управлінням також може підтримувати МСБ у рамках напрямку «Зайнятість та соціальні інновації». Це замінює програму EaSI на 2014–2020 рр., спрямовану на сприяння зайнятості та соціальні інновації. Цей напрямок включає конкретні цілі щодо підтримки (а) послуг для роботодавців і шукачів роботи, які підтримують інтегровані європейські ринки праці та (б) розвитку ринкових екосистем, що забезпечують мікрофінансування для мікропідприємств на етапах запуску та розвитку.

Як наслідок, підтримка МСБ за допомогою ESF+ поєднуватиме підтримку розвитку навичок і мікрофінансування, які досі охоплювали різні програми. Проте напрями та форми господарювання й надалі відрізнятимуться. EMFF і EAFRD зосереджуються на конкретних територіальних областях і секторах.

Це передбачає різне тематичне охоплення цих фондів. Пропозиція щодо регулювання EMFF визначає чотири пріоритети, що доповнюють цілі Спільної політики рибництва (CFP). Це стосуються підприємств, спрямованих на вирощування риби та переробку продукції аквакультури, а також розвиток господарств під керівництвом громади (CLLD) для кращого використання потенціалу сталої блакитної економіки. Пропозиція містить дуже детальні описи відповідності, посиляючись на вікові обмеження для одержувачів або розміри човнів. Загалом підтримка малого рибальства та аквакультури виглядає подібною до підтримки в програмному періоді 2014–2020 рр.

Обсяг підтримки деталізує її види, які МСБ очікували від ESIF протягом програмного періоду 2021–2027 рр., але вони в основному залишаються незмінними. Тим не менш, найбільш помітною зміною для МСБ стало відкрите формування обсягу, запропоноване для ЄФРР. Втручання ЄФРР було загалом розширено в запропонованому регламенті порівняно з регламентом 2014–2020 років. Це також включає обсяг підтримки МСБ, які прямо згадуються лише стосовно

«продуктивних інвестицій», але які також можуть отримати вигоду від інших заходів. Подібно до тем і цілей, це може надати більше простору для маневру, але залежатиме від керівників програми. Пропозиція щодо ESF+ під спільним управлінням не визначає заходів, особливо актуальних для МСБ [11].

Обсяг ЕМФФ деталізовано через тематичну специфікацію підтримки, як зазначено вище та викладено в статтях 15–26 запропонованого регламенту. Нарешті, EAFRD деталізує сферу дії через кілька втручань, одна з яких зосереджена на МСБ. Це охоплює втручання в розвиток сільської місцевості для «запровадження молодих фермерів і відкриття сільського бізнесу», які також були включені в програмний період 2014–2020 рр. через підпрограми та заходи. Що стосується тематичної орієнтації та обсягу підтримки, висновки КР та Європейського парламенту пропонують кілька специфікацій для МСБ та підприємництва в запропонованих нормативних актах. Це можна розуміти як ознаки того, як можна адаптувати підтримку МСБ. Однак, якщо ця підтримка буде надаватися відповідно до певних критеріїв, то це може обмежити вищезазначену свободу дій для впровадження програм.

Фінанси, доступні для підтримки в період програмування після 2020 року, дуже актуальні для МСБ. Вибір конкретної програми визначатиме обсяг підтримки ESIF МСБ, але загальний бюджет ESIF, фінансування конкретних цілей політики, бюджети окремих фондів, типи підтримки та ставки співфінансування для МСБ.

В Нідерландах малі та середні підприємства («mkb» — midden-en kleinbedrijven), — це підприємства, на яких працює менше ніж 250 працівників, мікропідприємства — від нуля до дев'яти працівників, малі підприємства — від 10 до 49 працівників, а середні — від 50 до 249 працівників. МСБ відіграють дуже важливу роль в голландській економіці, оскільки ці мікропідприємства становлять майже 1,2 мільйона підприємств у Нідерландах, порівняно з майже 41 700 малими та 8 900 середніми підприємствами. Поряд з цим, лише 1100 великих підприємств, тобто мікропідприємств у тисячу разів більше, ніж великих. Якщо аналізувати тенденції розвитку МСБ, то в Нідерландах можна прослідкувати тенденцію до зростання, особливо мікропідприємств, оскільки за останні десятиріччя вони зросли більш ніж удвічі. Зі зростанням кількості малих і середніх підприємств також стало менше банкрутств, ніж у минулому: у 2020 році їх було трохи більше 2700 у порівнянні з майже 8400 у 2013 році. У секторі консультаційних, дослідницьких та інших спеціалізованих бізнес-послуг було найбільше малих і середніх підприємств (понад 371 000).

З точки зору зайнятості, мікропідприємства наймають найбільше працівників. Це пояснюється тим, що кількість мікропідприємств набагато перевищує будь-який інший тип підприємств. Таким чином, мікропідприємства становлять найбільшу частку зайнятих у Нідерландах — близько 28,3 відсотка. Подібна картина складається при аналізі обсягів доданої вартості МСБ, оскільки на мікропідприємства припадає значна її частина. Прогнозується, що додана вартість МСБ у Нідерландах зросте майже на п'ять відсотків.

Підприємства МСБ у Нідерландах складають — 99,9 відсотки, у Люксембурзі — 99,5 відсотка. Можливо, дивно, що Нідерланди мають найнижчу частку зайнятості в МСБ серед країн Бенілюксу — 64,9 відсотка, порівняно з 66,1 відсотка в Люксембурзі. Крім того, у Нідерландах також була значно нижча частка доданої вартості МСБ порівняно з Люксембургом: на МСБ припадало 62% доданої вартості в Нідерландах порівняно з 67,2% у Люксембурзі.

Цікаві результати дослідження: близько половини опитаних малих і середніх підприємств впевнені, що їхні маркетингові зусилля є ефективними, а близько 43 відсотки вказують на деякі систематичні прогалини в маркетингових заходах в цьому секторі. Тим не менш, власники малих підприємств вбачають переваги використання певних форм маркетингу. Наприклад, соціальні медіа та власний сайт компанії вважаються найуспішнішими маркетинговими каналами. Дійсно, власники малого бізнесу планують у майбутньому збільшити використання ключових маркетингових каналів і зосереджуватимуться переважно на методах цифрового маркетингу.

Коли справа доходить до витрат на цифрову рекламу, малий бізнес має досить скромний бюджет. У 2021 році середні місячні витрати на цифрову рекламу становили трохи більше 500 доларів США, але понад 90 відсотків малих підприємств, які відповіли, планували зберегти або збільшити рівень своїх витрат. Електронна пошта вважається найефективнішим каналом цифрового маркетингу для малого та середнього бізнесу поряд з соціальною мережею та веб-сайтами/цільовими сторінками. Не дивно, що Facebook є провідною соціальною мережею, яку

малий бізнес використовує для рекламних цілей, а YouTube і Instagram займають друге і третє місце відповідно. Загалом дохід від місцевої цифрової реклами оцінюється приблизно в 61,5 мільярда доларів — приблизно на 14 мільярдів менше, ніж дохід від традиційних ЗМІ.

Малі та середні підприємства (МСБ) у Сполученому Королівстві (Великобританії) — це фірми, які налічують менше ніж 250 працівників, мають обіг не більше 25 мільйонів британських фунтів стерлінгів і/або валові активи не перевищують 12,5 мільйонів британських фунтів стерлінгів. З огляду на значну частку підприємств у Великобританії, що підпадають під цю категорію, можна з упевненістю стверджувати, що МСБ відіграють значну роль в економіці Великобританії. Підприємствам необхідно розвиватися з різних причин: щоб задовольнити зростання попиту, розширити лінійку продуктів або зміцнити свої конкурентні позиції. Дуже часто підприємства покладаються на зовнішнє фінансування для роботи та розвитку.

Найпоширенішими видами фінансування є позики від банків, будівельних кооперативів, банківські овердрафти, лізинг, кредитні картки, а також державні чи місцеві органи влади. Однак заявки на зовнішнє фінансування не завжди схвалюються. Приблизно кожне п'яте МСБ повідомляє, що всі їхні заявки були відхилені. У таких ситуаціях підприємства можуть скористатися альтернативними формами фінансування, такими як однорангові позики, краудфандинг, акціонерне фінансування або факторинг/дисконтування рахунків-фактур. Не можна недооцінювати позики від родини та друзів, які, хоча часто й невисокі, можуть стати порятунком для малого бізнесу.

МСБ становлять значну частину клієнтської бази для сектору кредитування бізнесу у Великобританії. У Великій Британії кредитування малого та середнього бізнесу становить більше однієї третини бізнес-кредитів. Кожного місяця МСБ отримують понад чотири мільярди британських фунтів стерлінгів від фінансових установ, до яких входять банки та будівельні товариства.

Малі та середні підприємства (МСБ) є важливою частиною економіки Південної Кореї. На них припадає близько 99,9 відсотка всіх вітчизняних підприємств і забезпечують понад 80 відсотків усіх робочих місць у країні. На відміну від багатьох інших країн, південнокорейські МСБ визначаються не кількістю працівників, а в першу чергу доходом компанії. Згідно з цим визначенням, МСБ — це комерційні підприємства, загальні активи яких не перевищують 500 мільярдів південнокорейських вон і які відповідають критерію незалежності, тобто вони не є дочірніми компаніями великої корпорації. У деяких випадках соціальні підприємства та кооперативи також можуть підпадати під цю категорію. Компанії класифікуються як МСБ залежно від їхнього середнього доходу за три роки з різними критеріальними значеннями залежно від галузі. Для компаній, що займаються нерухомістю, порогове значення становить 40 мільярдів південнокорейських вон або менше, тоді як для деяких секторів обробної промисловості 150 мільярдів південнокорейських вон або менше.

У 2020 році в Південній Кореї було приблизно 7,3 мільйона МСБ порівняно з приблизно 9,3 тисячами великих підприємств. Понад 90 відсотків МСБ були мікропідприємства з порівняно нижчим рівнем доходу та меншою кількістю працівників. Багато малих і середніх підприємств займалися оптовою та роздрібною торгівлею, операціями з нерухомістю та наданням послуг з розміщення та харчування. Під час пандемії COVID-19 різко зросла кількість малих і середніх підприємств оптової та роздрібної торгівлі, що було зумовлено зростанням роздрібної торгівлі в секторі електронної комерції. Однак, незважаючи на постійне зростання кількості малих і середніх підприємств протягом останніх років, їхній загальний дохід значно не зріс, головним чином через вплив пандемії.

Незважаючи на те, що на МСБ припадає значна частка в Південній Кореї, останніми роками їхня конкурентоспроможність порівняно з великими бізнес-групами все частіше ставиться під сумнів. Наприклад, великі бізнес-групи, такі як сімейні конгломерати (також відомі як чеболі), на які припадає менше одного відсотка всіх компаній у Південній Кореї, отримали понад 50 відсотків усіх корпоративних прибутків у 2019 році. Крім того, продуктивність праці МСБ була набагато нижчою за рівень великих підприємств. Значний розрив у продуктивності призвів до слабких показників експорту та нижчих заробітних плат у МСБ за останні кілька років. Відповідно, такі підприємства стають дедалі непопулярними серед шукачів роботи. Багато молодих людей хочуть працювати у великих компаніях, де вони отримують кращу винагороду та більше суспільне визнання. На цьому тлі сприяння конкурентоспроможності та фінансова підтримка малих і середніх підприємств завжди були і залишаються важливим центром промислової політики уряду Південної Кореї.

Практика показала, що інноваційний процес певного продукту, послуги чи нової продуктивної технології нерозривно пов'язаний з інтенсивною дослідницько-конструкторською діяльністю всередині компаній, серед університетів, науково-дослідних установ та інших дослідницьких організацій, експертів чи вчених у всіх сферах. Зазвичай працюючи над партнерством для різних чітко визначених проєктів, які реалізуються та контролюються, ці спільноти включають найкращих професіоналів у галузі, людські ресурси з високою кваліфікацією та результатами в галузях, інтегровані в реальні наукові спільноти та здатні досягти найкращих результатів.

Глобалізація, віртуальний, надзвичайно динамічний ринок, технологічний розвиток, комп'ютеризація та швидка цифровізація визначають ще більше залучення цих спільнот до економіки, соціального та культурного життя на національному та регіональному рівнях. Це єдиний спосіб усунути основні відмінності між націями, регіонами та компаніями. Таким чином, ЄС визначає загальну політику, прийняту всіма країнами-учасницями, щодо виділення суми 3% ВВП на діяльність, що виконується в галузі досліджень і розробок. Національні бюджети, виділені на дослідження, розподіляються на предмети дослідження з чітко визначеними результатами, які контролюються протягом усього процесу.

Прискорений процес глобалізації та лібералізації торгівлі, що відбуваються в міжнародній економіці, створює багато викликів і можливостей для країн Латинської Америки. У цьому контексті участь і зростання МСБ будуть мати вирішальне значення для майбутнього зростання та розвитку Латинської Америки. МСБ представляють дуже важливу частку економічної діяльності в регіоні, а також є значним роботодавцем робочої сили. Конкретні проблеми включають доступ до кредиту та його вартість; технологічний розрив у регіоні; відсутність у працівників навичок використання технологій у своїх інтересах; доступ до капіталу; урядова тяганина та необхідність сприяти прозорості; і непередбачуваність економічного середовища; серед інших.

Уряди Східної Азії та Латинської Америки відіграють важливу роль у підтримці економічного розвитку МСБ у всьому регіоні. Перш за все це має бути зосереджено на створенні середовища, яке сприятиме розвитку бізнесу. Державна політика має бути спрямована на створення рівних умов для розвитку та діяльності МСБ. Точний характер цієї основи, звичайно, відрізнятиметься від країни до країни залежно від структури кожної економіки. Регулярні можливості для обміну інформацією та координації реагування на спільні проблеми можуть допомогти побудувати та розвинути ці рамки політики.

Що стосується конкретних ініціатив, то вони полягають у тому, що держава могла би стати спонсором нового рівня діалогу щодо політики МСБ.

Зміцнення контактів між двома регіонами з таких питань, як економічний розвиток МСБ, може сприяти зміцненню торговельних та інвестиційних зв'язків. Це важливо, оскільки зростаюча мережа двосторонніх і регіональних торгових угод в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні розширюється. У результаті цієї тенденції МСБ неминуче будуть частіше контактувати з подібними фірмами в інших країнах.

Висновки. Пропонується для державного стимулювання розвитку МСБ наступне:

- впровадження заходів щодо підвищення спроможності фінансових установ формувати прибуткові програми кредитування МСБ, надаючи пріоритет розвитку інноваційних рішень щодо питань застави, таких як прийняття більш гнучких форм застави, особливо для МСБ з невеликою кількістю основних засобів; використання групових гарантій і схем кредитних гарантій для МСБ; прості та ефективні методології оцінки кредитних заявок;

- зміцнення системи підтримки бізнесу через посередницьку роль шляхом нарощування потенціалу бізнес-послуг, як державних, так і приватних (наприклад, надання інформації про ринок, продукти та процеси, бухгалтерський облік, аналіз і дослідження ринку, юридичні консультації, транспортування, експрес-доставка, реклама); розроблення національної стратегії розвитку та просування експорту під керівництвом відповідного міністерства, але яка передбачає участь усіх ключових зацікавлених сторін. Загальною метою вище вказаних заходів має бути збільшення обсягу, вартості експорту та кількості компаній-експортерів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бошинда І. М. Регіональна оцінка сприятливості розвитку малого бізнесу. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка. 2020. Вип. 1. С. 140–146.
2. Вдовенко Л. О. Фінансовий аспект діяльності підприємств малого і середнього бізнесу в аграрній сфері та їх роль у розвитку сільських територій. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2021. № 2. С. 24–37.
3. Вінницька О. А. Місцеві податки як джерело доходів місцевих бюджетів. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія : Економічні науки. 2021. № 11(1). С. 18–24.
4. Веселков Н. Л. Можливості та перспективи використання Open-Source технологій виявлення вторгнень в сферах малого та середнього бізнесу України. Сучасний захист інформації. 2021. № 1. С. 19–25.
5. Гейдор А. П. Бізнес-процеси суб'єктів малого бізнесу: оптимізація та визначення ефективності. Ефективна економіка. 2020. № 8.
6. Гонтарева І. В. Дослідження соціально-економічних передумов розвитку Донецької та Луганської областей з урахуванням діяльності малого бізнесу. Економіка та право. 2021. № 2. С. 100–112.
7. Дегтярьов А. В. Державна політика стратегічного розвитку малого бізнесу в умовах децентралізації. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2020. № 8.
8. Дем'янчук О. І. Особливості функціонування малого бізнесу в Україні та за кордоном. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Економіка. 2021. № 22. С. 11–16.
9. Зайцева О. І. Регіональні аспекти управління маркетингом і персоніфікації товарів та послуг на підприємствах малого та середнього бізнесу. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2021. № 3. С. 231–239.
10. Іванов Ю. Б. Формування інструментарію стимулювання розвитку малого.
11. Azarenkova G. Anticorruption efficacy in public procurement. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики : зб.наук. пр. Харків. навч.-наук. ін-т ДВНЗ «Ун-т банк. справи». Харків, 2020. Т. 2, № 33. С. 66–73.

REFERENCES

1. Boshynda, I. M. (2020). Regional assessment of the favorability of small business development. *Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series: Economics*, (1), 140–146.
2. Vdovenko, L. O. (2021). Financial aspects of small and medium business enterprises in the agricultural sector and their role in rural development. *Economy. Finance. Management: Topical Issues of Science and Practice*, (2), 24–37.
3. Vynnytska, O. A. (2021). Local taxes as a source of income for local budgets. *International Scientific Journal «Internauka». Series: Economic Sciences*, 11(1), 18–24.
4. Veselkov, N. L. (2021). Opportunities and prospects for using Open-Source intrusion detection technologies in small and medium-sized businesses in Ukraine. *Modern Information Protection*, (1), 19–25.
5. Heidor, A. P. (2020). Business processes of small business entities: Optimization and efficiency assessment. *Efficient Economy*, (8).
6. Gontareva I. V. (2021). Research on the socio-economic prerequisites for the development of Donetsk and Luhansk regions, considering small business activities. *Economics and Law*, No. 2, pp. 100–112.
7. Degtyaryov A. V. (2020). State policy of strategic development of small business in the conditions of decentralization. *Public Administration: Improvement and Development*, No.
8. Demyanchuk O. I. (2021). Features of the functioning of small businesses in Ukraine and abroad. *Scientific Notes of the National University «Ostroh Academy». Series: Economics*, No. 22, pp. 11–16.
9. Zaitseva O. I. (2021). Regional aspects of marketing management and personalization of goods and services in small and medium-sized businesses. *Bulletin of Kherson National Technical University*, No. 3, pp. 231–239.
10. Ivanov Y. B. (2020). Development of tools to stimulate small business. Azarenkova G. (2020). Anticorruption efficacy in public procurement. *Financial and Credit Activities: Problems of Theory and Practice, Collection of Scientific Works. Kharkiv Educational-Scientific Institute of the University of Banking*, Vol. 2, No. 33, pp. 66–73.

Prokopenko N. S., Kazantsev B. V. ADAPTION OF FOREIGN EXPERIENCE OF STATE STIMULATION OF SMALL AND MEDIUM BUSINESSES IN UKRAINE TO DOMESTIC PRACTICE

Abstract. *The article substantiates proposals for the adaptation of foreign experience of state stimulation of small and medium businesses (hereinafter referred to as SMEs) in Ukraine to domestic practice.*

It is argued that small and medium-sized businesses must be able to respond quickly and effectively to international market signals in order to take advantage of trade and investment opportunities and the benefits of the international trading system by increasing their competitiveness and productivity. It is argued that effective business support systems and their development are necessary to address this issue, which is a key condition for the success of both trade and investment potential. It is proposed to establish a business support agency (including financial institutions) that is client-focused and has a demonstrated ability to penetrate the SME sector. The following recommendations are identified, namely: implementing measures to increase the capacity of financial institutions to design profitable SME lending programs, prioritizing the development of innovative solutions on collateral issues, such as adopting more flexible forms of collateral, especially for SMEs with few fixed assets; using group guarantees and credit guarantee schemes for SMEs; placing greater emphasis on cash flows rather than balance sheets in assessing loanability; simple and effective methodologies for assessing loan applications; strengthening the business support system through an intermediary role by building the capacity of business services, both public and private (e.g. providing market, product and process information, accounting, market analysis and research, legal advice, transportation, express delivery, advertising); developing a national strategy for export development and promotion under the leadership of the relevant ministry, but involving all key stakeholders. It is stated that the overall goal should be to increase the volume and value of exports and the number of exporting companies. It is also emphasized that the strategy should be aimed at meeting the needs of firms at different stages of export market development. It should also seek to integrate export support and promotion into a well-developed and effective business support system. Along with this, emphasis is placed on the creation of a single export promotion agency, which could be combined with the foreign direct investment function.

The authors conclude that the creation of such an agency should separate policy formulation from its implementation.

Keywords: *state incentives, small and medium-sized businesses, export promotion agency, credit guarantees.*